

Temas

Nova Regulação Europeia de E-commerce [P.1 / P.3](#)

CONCORRÊNCIA E REGULAÇÃO

NOVA REGULAÇÃO EUROPEIA DE E-COMMERCE – DESAFIOS PARA O DIREITO DA CONCORRÊNCIA

O Mercado Único Digital afigura-se cada vez mais como um pilar fundamental do projecto de integração europeia, gerando cerca de €415 mil milhões de euros para a economia europeia, criando emprego e favorecendo a inovação. A Comissão Europeia tem procurado conhecer melhor as práticas levadas a cabo neste sector, como o E-Commerce ou o *Geo-Blocking*.

Após o lançamento de um inquérito sectorial às práticas comerciais do E-Commerce, em Maio de 2015, publicado no contexto mais amplo da estratégia para o Mercado Único Digital para a Europa, a Comissão – DG Concorrência - publicou um relatório preliminar sobre o *Geo-Blocking*, em Março de 2016, tendo inclusivamente apresentado publicamente uma proposta de Regulamento desta prática.

Por fim, no passado dia 15 de Setembro de 2016, a Comissão Europeia divulgou as suas conclusões através de um Relatório Preliminar sobre o E-Commerce (ao qual se seguirá um Relatório Final, cuja divulgação está prevista para o primeiro trimestre de 2017), após ter recolhido informações de cerca de 1.800 empresas que operam neste sector e analisado cerca de 8.000 contratos de distribuição. No documento agora publicado, a Comissão reconhece a importância do E-Commerce no espaço europeu, identificando igualmente os principais

problemas jusconcorrenciais do sector e o seu impacto potencialmente negativo nos consumidores.

No âmbito do presente Relatório Preliminar, a Comissão Europeia concentrou a sua análise em duas categorias principais: Bens de Consumo e Conteúdos Digitais, descrevendo as principais práticas em ambas e as principais questões jusconcorrenciais que destas possam resultar.

PRINCIPAIS CONCLUSÕES DO RELATÓRIO PRELIMINAR DA COMISSÃO

- ▶ **A União Europeia é o maior mercado de E-Commerce a nível mundial.** Em 2007, a percentagem de cidadãos europeus, entre os 16 e os 74 anos, que fazia compras ou utilizava serviços online era de 30%. Em 2015, este valor ascendia aos 53%, apesar de apenas 15% corresponder a vendas realizadas a partir de um Estado-Membro diferente. Não obstante, estes dados confirmam o rápido crescimento do E-Commerce no espaço europeu.

Bens de consumo

- ▶ **Preço.** O E-Commerce contribui para uma maior transparência e competição pelo preço dos bens comercializados online, produzindo efeitos simultaneamente tanto na procura como na oferta. Com efeito, por um lado, os consumidores encontram-se melhor informados no momento em

que compram online; por outro, verifica-se o aumento da utilização, por parte das empresas, de mecanismos de *price tracking*, permitindo o ajustamento aos preços em função do comportamento dos concorrentes no mercado. Este último mecanismo pode, no entanto, facilitar comportamentos colusivos potencialmente anti-concorrenciais entre retalhistas.

- ▶ **Incremento da actividade online dos fabricantes.** A Comissão verificou uma crescente presença online dos fabricantes, que procuram assim recolher os benefícios económicos do E-Commerce e melhor controlar a distribuição dos seus produtos, competindo inclusivamente com os próprios distribuidores. Este fenómeno é visível principalmente na área dos serviços de saúde e dos cosméticos.
- ▶ **Limitações contratuais.** A Comissão apurou que se tem verificado um número crescente de acordos de distribuição selectiva entre fabricantes e distribuidores. Em concreto, estão em causa recomendações ou restrições ao nível do preço, limitações de venda em mercados online (*online marketplaces*), restrições na disponibilização de informações a plataformas de comparação de preços ou de limitações contratuais em vendas transfronteiriças. Neste último caso, apesar da multiplicidade de formas utilizadas para limitar as vendas transfronteiriças, destaca-se a utilização de mecanismos de *Geo-Blocking* por cerca de 38% dos retalhistas entrevistados pela Comissão, em particular nas áreas de vestuário e calçado e na de dispositivos electrónicos.

Por outro lado, a Comissão abordou a questão particular dos acordos de agência, reconhecendo as vantagens deste modelo de negócio na medida em que o principal terá um controlo maior sobre a actividade retalhista, em particular sobre os preços e a sua extensão geográfica. A Comissão considerou que este tipo de acordos não levantava problemas de índole jusconcorrencial, ao abrigo das regras europeias.

A Comissão alerta para o facto de estas limitações contratuais poderem vir a constituir, em certos casos, verdadeiras restrições ao comércio transfronteiriço na União Europeia e no comércio online em geral, podendo vir a ter repercussões desfavoráveis nos

consumidores em matéria de oportunidade de escolha e de preços.

Conteúdo Digital

- ▶ **Titularidade de direitos de propriedade intelectual.** A Comissão reconhece a importância dos direitos de propriedade intelectual como forma de salvaguardar e até melhorar a posição dos respectivos titulares no mercado online, garantindo-lhes uma vantagem competitiva importante.
- ▶ **Acordos de licenciamento.** A Comissão considerou que os acordos de licenciamento entre os titulares dos direitos e os fornecedores de conteúdos digitais são geralmente complexos e exclusivos, regulando o âmbito temporal e geográfico da sua utilização, assim como a tecnologia utilizada.

No que respeita especificamente à delimitação do âmbito geográfico dos acordos, um dos mecanismos mais utilizados é o *Geo-Blocking*, que permite bloquear o acesso aos conteúdos digitais a partir de outros Estados-Membros.

Quanto ao âmbito temporal dos acordos, a Comissão assinalou a existência de acordos relativamente longos, contendo por vezes, de forma explícita ou implícita, cláusulas de renovação automática dos mesmos.

A Comissão registou ainda a preocupação manifestada pelos pequenos operadores relativamente à estrutura de pagamentos em vigor para o licenciamento dos direitos, em particular devido à necessidade de realizar pagamentos antecipados, prestar garantias financeiras e à existência de taxas fixas. Segundo as conclusões registadas no Relatório da Comissão, os pequenos operadores consideram aquela estrutura de preços demasiado onerosa, tendo em conta a pressão concorrencial exercida por empresas de maior dimensão.

- ▶ **Consequências.** Foram identificadas várias consequências potencialmente negativas para os novos operadores que desejem entrar no mercado, assim como para os pequenos operadores. De acordo com a Comissão, as limitações contratuais de prestar serviços online noutros Estados-Membros, a excessiva duração dos contratos, o elevado custo da utilização das licenças e o carácter exclusivo dos

acordos de licenciamento são susceptíveis de criar entraves à entrada e/ou à permanência daqueles operadores no mercado.

- ▶ **Análise da Comissão.** Considerando as práticas actualmente em vigor na área da distribuição de conteúdos digitais, a Comissão procederá a uma análise caso-a-caso, tendo em consideração as características particulares dos produtos e dos mercados em causa. Deste modo, a Comissão ficará em melhor posição para identificar as práticas potencialmente restritivas da concorrência, assim como para tomar as medidas necessárias à promoção de uma concorrência efectiva neste sector.

Próximos passos

Nos últimos anos, tem-se assistido a um maior envolvimento das autoridades nacionais e europeias em matéria de E-Commerce, conduzindo investigações a determinadas práticas (por exemplo, a investigação da Comissão Europeia às obrigações de *Geo-blocking* presentes em contratos entre alguns estúdios americanos e emissores europeus, como a Sky) e decidindo vários processos (sendo que o mais recente será o caso Ping, empresa de venda de equipamento desportivo, actualmente em curso junto da autoridade da concorrência do Reino Unido, no qual se discute eventuais práticas de exclusão daquela empresa relativamente aos retalhistas que vendem online). Assim sendo, a publicação deste Relatório Preliminar poderá contribuir para redobrar a

atenção das autoridades nacionais e europeias relativamente às práticas de E-Commerce acima descritas.

Por outro lado, em face das conclusões da Comissão apresentadas neste Relatório, as empresas que operam online poderão sentir a necessidade de rever algumas das suas práticas comerciais, de modo a assegurar o cumprimento das regras europeias em matéria de concorrência.

A Comissão prosseguirá a sua avaliação do E-Commerce e da prática do *Geo-Blocking*, esperando-se a divulgação do relatório final sobre esta última prática durante o primeiro trimestre de 2017. Entretanto, a Comissão Europeia continuará igualmente a analisar as práticas comerciais no mundo digital e a sua evolução, procurando ir ao encontro das preocupações e sensibilidades das entidades dos *stakeholders* do sector.

Neste sentido, a Comissária Vestager, responsável pela pasta da Concorrência na União Europeia, tem vindo a sublinhar a importância de aprofundar a análise sobre as actuais práticas comerciais online, por forma a proteger os consumidores e garantir a criação de mais oportunidades de negócio, em particular para as Pequenas e Médias empresas.

As entidades que vendem produtos e/ou prestam serviços online, assim como os consumidores e suas associações representativas, estão convidadas a prestar o seu contributo para este Relatório, até ao dia **18 de Novembro de 2016**.

Esta Newsletter destina-se a ser distribuída entre Clientes e Colegas, não devendo a informação nela contida ser usada para qualquer outro fim ou reproduzida, no seu todo ou em parte, sem a expressa autorização da SRS. Caso deseje obter esclarecimentos adicionais sobre este assunto contacte-nos: marketing@srslegal.pt.

